

blazcy. xn--plai / wp-content / uploads / 2018 / 01 / ANALITICHESKIJ-OTCHET_RTSPV-29.11.2017.pdf (дата обращения: 20.03.2019).

4. Ingen E. Volunteer, Therefore I am? Factors Affecting Volunteer Role Identity / E. Ingen, J. I Wilson // Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly. 2017. Vol. 46 (1). P. 29-46.

5. Penner L. A. Dispositional and organizational influences on sustained volunteerism: An interactionist perspective / L. A. Penner // Journal of Social Issues. 2002. Vol. 58. P. 447-467.

I. Bykov, A. Kuzminchuk

VOLUNTEER ROLE IDENTITY PROBLEM: POSSIBLE SOLUTIONS IN THE REGION

Abstract

In this article the problem of volunteer role identity is considered as one of the problems hindering the development of volunteering in Russia. The article presents the secondary data of all-Russian surveys, as well as the results of an empirical research carried out among young people in the Sverdlovsk region, according to which a significant proportion of respondents involved in various voluntary practices do not identify themselves as volunteers. The article also analyzes state support measures aimed at solving this problem, reviews the activities of the regional volunteering resource center in this sphere, and also provides a specific set of measures aimed at creating volunteer identity in the region. The authors of the article consider the Civic Chamber of the Sverdlovsk Region and the regional volunteering resource center «The Power of the Urals» to be the main performers of the presented set of measures.

Keywords: volunteering, volunteer role identity, regional volunteering resource center, civic chamber.

УДК 352/339

Л. И. Воронина, А. И. Ахаимова

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ: АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Аннотация

Авторы анализируют теоретические аспекты оценки качества государственных услуг в сфере социальной политики. Выявляют основные характеристики качества этого вида услуг, сформированные под влиянием концепции маркетинга и адаптированной органами власти: это удовлетворение потребностей граждан и получение ими выгоды, связанной с представлением важной для них информации, получением документов (удостоверений), получением социальных гарантий, пособий, денежных выплат и т. п. Доказывают, что, несмотря на положительный процесс повышения качества государственных услуг, есть определенные проблемы. Решение таковых проблем, по мнению авторов статьи, связано с достижением показателей, применение которых позволяет оценить качество содержания конечного результата и качество сервисного обслуживания потребителей. Теоретические выводы авторов подтверждаются результатами экспертного опроса.

Результаты исследования, представленные в статье, позволяют утверждать, что в целом концепция маркетинга адаптирована, методология оценки качества освоена и применяется при организации и оказании государственных услуг как государственными служащими, так и специалистами многофункциональных центров. Наблюдается достаточно высокая степень удовлетворенности граждан качеством этого вида услуг. Но тем не менее в деятельности субъектов, занимающихся оказанием государственных услуг в сфере социальной политики, особенно специалистов многофункциональных центров, есть некоторые проблемы, в основном организационно-управленческого и финансового характера. Их решение, по мнению авторов, позволит усилить клиентоориентированность в поведении специалистов, соответственно повысить качество оказываемых услуг и положительно повлиять на оценку гражданами качества и уровня жизни.

Ключевые слова: качество, государственные услуги, оценка, маркетинг, клиентоориентированность.

Одной из ключевых целей государственной политики, реализуемой в России, является повышение качества и уровня жизни граждан. Особое внимание при этом уделяется таким категориям граждан как малоимущие семьи, пенсионеры, инвалиды, дети-сироты и дети, оставшиеся без попечения родителей, многодетные семьи. Одним из механизмов государственной политики является поддержка обозначенных групп населения в виде государственных услуг.

Законодательством определено, что государственная услуга представляет собой деятельность по реализации функций органов исполнительной власти при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах, установленных нормативными правовыми актами Российской Федерации [1].

Государственные услуги в сфере социальной политики представляют собой деятельность органов государственной власти и подведомственных им учреждений, осуществляющих конкретную функцию, имеющую индивидуальный, адресный характер, результатом которой является удовлетворение потребностей граждан и получение ими выгоды [5, с. 17-18]. Для граждан результатом от оказания государственных услуг является получение информации, важной для них, или документов (удостоверений), получении социальных гарантий в форме частичной компенсации затрат, в получении пособий, денежных выплат, полной или частичной компенсации расходов.

Оказанием государственных услуг в сфере социальной политики непосредственно занимаются территориальные исполнительные органы власти, к которым относятся управления социальной политики и управления социальной защиты населения. Все услуги носят заявительный характер.

Государственные услуги постоянно совершенствуются. Очередной этап, по мнению автора статьи, связан с появлением портала государственных услуг и многофункциональных центров. Однако в настоящее время одной из самых актуальных и социально значимых проблем является оценка качества государственных услуг: в основном способы повышения качества. Необходимость в оценке качества государственных услуг констатируется на законодательном уровне, но практическая реализация оценки качества законодательно не установлена. Вопросы качества государственных услуг активно изучаются научным сообществом, однако результаты исследований, в том числе по методам оценки качества услуг, в работу органов государственной власти практически не внедряются и реализуются в их практической деятельности.

В тоже время, несмотря на интерес научного сообщества к проблематике качества государственных услуг, отсутствует устойчивое понятие качества этого вида услуг. Рассмотрим некоторые определения качества государственных услуг. Так, А. Г. Панова полагает, что качество государственной услуги может быть представлено качеством содержания ее конечного результата и качеством получения услуги потребителем, которое может измерено уровнем комфортности и доступности. При этом под качеством конечного результата услуги А. Г. Пановой понимаются требования соответствия услуги стандарту и регламенту в части полноты и своевременности оказания. В то же время под качеством получения услуги понимается оценка условий, в которых оказывается услуга, и ресурсов, затрачиваемых потребителем на ее получение [3, с. 68-69].

Т. А. Пономарева и М. С. Супрягина, как и многие другие, применяют сравнительный метод и полагают, что оценка качества государственных услуг предполагает сравнение степени соответствия существующей практики оказания государственных услуг с определенными показателями. Например, пространственные показатели характеризуют «качество окружающей среды» услуги или условия ее предоставления. К ним можно отнести внешнее и внутреннее оформление здания, включающее интерьер, а также информационное оформление – наличие табличек, указателей и т. д. Информационные показатели, характеризующие информационную обеспеченность клиентов, позволяют оценить качество информационного обеспечения. К ним относят информацию о деятельности организации, об

услугах и оформление информационных материалов. Профессиональные показатели позволяют оценить качество персонала, а именно уровень профессиональной подготовки и квалификации, в том числе способность применять на практике теоретические знания и умения; способность к руководству (для руководителей, специалистов и др.); знание и соблюдение норм профессиональной этики поведения. Также Т. А. Пономаревой и М. С. Супрягиной выделяют претензионные показатели как самостоятельную группу показателей, понимая под ними систему сбора и обработки информации, полученной по отзывам и претензиям клиентов [4]. Заметим, что несмотря на то, что авторы статьи в целом разделяют выводы Т. А. Пономаревой и М. С. Супрягиной о значимости профессиональных показателей, тем не менее требуется конкретизация структуры показателей, а именно: целесообразно выделить показатели, характеризующие коммуникативное взаимодействие для развития отношений с клиентами, а также знания, необходимые для улучшения обслуживания клиентов. Зарубежные специалисты большое значение уделяют именно маркетинговому взаимодействию, маркетинговым знаниям [6] и в целом управлению взаимоотношениями с клиентами (CRM) не только в коммерческих, но и государственных структурах [7].

Таким образом, краткий анализ теоретической литературы и нормативно-правовых актов позволяет сделать следующий вывод. Методология, используемая многими российскими исследователями для оценки качества государственных услуг и выявления проблем, основана на адаптации концепции маркетинга, а также связана с пониманием, что применение инструментов маркетинга и его технологий обеспечивает государственным и муниципальным служащим определенные преимущества по созданию условий для устойчивого развития территории и улучшения качества жизни населения [2, с. 153].

Для того чтобы выявить степень удовлетворенности клиентов качеством государственных услуг, оказываемых территориальными исполнительными органами государственной власти Свердловской области, а также степень клиентоориентированности специалистов, оказывающих государственные услуги, авторами статьи проведен экспертный опрос. Ими выдвинуты следующие гипотезы. Во-первых, большинство клиентов удовлетворены качеством предоставления государственных услуг. Во-вторых, основными проблемами, с которыми сталкиваются получатели государственных услуг, являются ограниченность дистанционного ознакомления с перечнем документов, необходимых для предоставления услуги, а также ограниченный режим работы с получателями государственных услуг. В-третьих, специалисты, оказывающие государственные услуги, не обладают достаточной степенью клиентоориентированности, чтобы в полной мере удовлетворить потребности клиентов.

Результаты экспертного опроса позволяют сделать вывод о том, что большинство получателей государственных услуг в настоящее время удовлетворены качеством оказываемых услуг. На степень удовлетворенности клиентов в наибольшей степени влияет результат получения государственной услуги (а именно, положительное решение о предоставлении услуги), зачастую предполагающий получение материальных благ. Также на степень удовлетворенности клиентов влияет впечатление от взаимодействия со специалистом, оказывающим государственные услуги (имеются в виду вежливость, компетентность, оперативность в работе и т. д.).

Из иных критериев оценки (срок предоставления государственных услуг; время ожидания в очереди при получении услуг; вежливость и компетентность сотрудника, взаимодействующего с заявителем; комфортность условий в помещении; доступность информации о порядке предоставления государственных услуг) наибольшее влияние на удовлетворенность граждан оказывают такие критерии как время ожидания в очереди и компетентность сотрудников, взаимодействующих с заявителем.

Влияние такого фактора как время ожидания в очереди становится в большинстве случаев ключевым, поскольку процесс предоставления государственной услуги организован при участии многофункциональных центров (МФЦ). Большой поток посетителей приводит к

невозможности оказания государственной услуги в нормативный срок (15 минут), установленный административными регламентами.

Такой фактор как компетентность сотрудника, непосредственно взаимодействующего с заявителем, влияет на длительность получения конечного результата и количество посещений заявителем территориального органа власти. Недостаточный уровень профессионализма сотрудников может привести к необходимости повторного посещения МФЦ или территориального Управления социальной политики, что вызывает недовольство заявителей.

Среди актуальных проблем, с которыми сталкиваются получатели услуг, экспертами выделяются такие как большие очереди; сложность сбора полного пакета документов, необходимых для получения государственной услуги; отказы в предоставлении услуг, которые вынуждают граждан заново проходить процедуру получения государственной услуги. Также эксперты обращают внимание на такую проблему, как недостаточная степень информирования заявителей о принятых решениях или результатах услуги.

К тому же, по мнению экспертов, деятельность специалистов осложняется отсутствием или недостаточной проработанностью административных регламентов по некоторым из государственных услуг. Их невысокое качество или отсутствие приводит к различиям в предоставлении одной и той же государственной услуги в разных органах власти, что влияет на удовлетворенность заявителей качеством услуг.

Одной из проблем, которая, несомненно, влияет на качество предоставления услуг, является недостаточное оснащение рабочих мест специалистов необходимой техникой. Этот фактор влияет, например, на оперативность доведения до заявителей информации о результатах рассмотрения представленных документов.

По вопросу о степени клиентоориентированности специалистов, участвующих в оказании государственных услуг, эксперты высказывают различные точки зрения. Усредненные результаты варьируются в промежутке от 5 до 6 баллов, что свидетельствует о средней степени клиентоориентированности персонала. Этот факт эксперты объясняют низкой степенью вовлеченности сотрудников в деятельность территориальных органов власти, отсутствием возможности проявить инициативу, не удовлетворенностью условиями работы.

Кроме того, на степень клиентоориентированности специалистов влияют такие факторы как наличие маркетинговых компетенций, мотивация, психологический климат в коллективе.

По мнению экспертов, в первую очередь необходимо достичь высокой степени внутренней клиентоориентированности. Под таковой ориентированностью понимается способность специалистов применять маркетинговые компетенции (знания, умения и навыки), которые в сочетании с деловыми качествами, этическими нормами, ценностными установками, высоким уровнем трудовой мотивации способствует ожидаемому служебному поведению и, как следствие, повышению эффективности деятельности, что положительно сказывается на качестве оказания государственных услуг.

Таким образом, результаты исследования позволяют утверждать, что, в целом концепция маркетинга адаптирована, методология оценки качества в основном освоена и применяется при организации и оказании государственных услуг как государственными служащими, так и специалистами многофункциональных центров. Наблюдается достаточно высокая степень удовлетворенности граждан качеством этого вида услуг. Но тем не менее в деятельности субъектов, занимающихся оказанием государственных услуг в сфере социальной политики, есть некоторые проблемы: в основном организационно-управленческого и финансового характера. Их решение позволит не только повысить качество оказываемых услуг, но и положительно повлиять на оценку гражданами качества и уровня жизни.

Библиографический список

1. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг : федеральный закон Российской Федерации от 27.07.2010 № 210 // Собр. законодательства Рос. Федерации. 2010. № 31. Ст. 4179.
2. Воронина Л. И. Теоретические аспекты применения маркетингового подхода в публичном управлении / Л. И. Воронина // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». 2018. Т. 12. № 1. с. 153. DOI: 10.14529/em180118
3. Панова А. Г. Совершенствование организации предоставления муниципальных услуг бюджетными учреждениями : дис...канд. эконом. наук: 08.00.05 / А. Г. Панова. Москва, 2012. 188 с.
4. Пономарева Т. А. Качество услуг: качественные параметры оценки / Т. А. Пономарева, М. С. Супрягина // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 1 (45). С. 47-49 [Электронный ресурс]. Режим доступа: [www.mavriz.ru / articles / 2005 / 1 / 3539.html](http://www.mavriz.ru/articles/2005/1/3539.html) (дата обращения: 07.03.2019).
5. Функции и услуги в системе государственного и муниципального управления : монография / Л. И. Воронина, С. Н. Костина, А. В. Томильцев; под общ. ред. проф. Т. М. Резер. Екатеринбург : Изд-во Уральского университета, 2017. С. 17-18. [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http: // elibrary.ru / item. asp?id=28984021](http://elibrary.ru/item.asp?id=28984021) (дата обращения: 01.02.2019)
6. Ballantyne D., Creating value-in-use through marketing interaction: The exchange logic of relating, communicating and knowing / D. Ballantyne, R. J. Varey // Marketing Theory. 2006. № 6 (3). P. 335-348. DOI: 10.1177/1470593106066795.
7. Silva da R. Boosting government reputation through CRM (2007) / R. Silva da, L. Batista // International Journal of Public Sector Management. 2007. № 20 (7). P. 588-607. DOI: 10.1108/09513550710823506.

L. Voronina, A. Akhaimova

ASSESSMENT OF THE QUALITY OF GOVERNMENTAL SERVICES IN THE SPHERE OF SOCIAL POLICY: ANALYSIS OF PROBLEMS AND THE WAYS OF THEIR SOLUTION

Abstract

The authors analyze the theoretical aspects of assessing the quality of public services in the field of social policy. Identify the main characteristics of the quality of this type of services, formed under the influence of the concept of marketing and adapted by the authorities: the satisfaction of the needs of citizens and their benefits related to the presentation of important information for them, obtaining documents (certificates), receiving social guarantees, benefits, cash payments and etc. They prove that despite the positive process of improving the quality of public services, there are certain problems. The solution of such problems, according to the authors of the article, is related to the achievement of indicators, the use of which allows to evaluate the quality of the content of the final result and the quality of customer service. The theoretical conclusions of the authors are confirmed by the results of the expert survey.

The results of the study presented in the article suggest that, in general, the marketing concept is adapted, the quality assessment methodology has been mastered and applied in the organization and provision of public services by both civil servants and specialists from multifunctional centers. There is a rather high degree of citizens' satisfaction with the quality of this type of service. But nevertheless, there are some problems in the activities of entities engaged in the provision of public services in the field of social policy, especially specialists in multi-functional centers, mainly of organizational, managerial and financial nature. Their solution, in the authors' opinion, will allow strengthening the customer focus in the behavior of specialists, thus improving the quality of the services provided and will have a positive effect on the citizens' assessment of the quality and standard of living.

Keywords: quality, public services, appraisal, marketing, customer focus.